

基于生态伦理观的农产品包装设计

——以邹区镇水果农产品品牌为例

张倩倩, 汪瑞霞

南京林业大学艺术设计学院, 江苏 南京

收稿日期: 2023年9月27日; 录用日期: 2023年12月11日; 发布日期: 2023年12月18日

摘要

目的: 在生态文明建设的背景和中国传统的生态伦理观理论指导下, 研究农产品品牌包装设计中生态伦理观的应用策略。方法: 以邹区镇农产品品牌包装为研究对象, 以中国传统的生态伦理观为理论依据, 通过文献研究法和实地调研法, 分别从农产品包装的材料、造型、装潢设计等方面去进行策略探讨与分析。同时对国内外生态产品包装优秀案例进行分析, 得出具体的设计策略。以此为依据进行邹区镇农产品品牌包装设计研究与实践。结果: 得出生态伦理观应用在农产品品牌包装设计中的策略。结论: 生态伦理观对于农产品品牌生态建设的必要性, 为未来的农产品品牌包装设计提供理论指导和方向建设。

关键词

农产品包装设计, 生态伦理观, 生态包装, 生态设计

Packaging Design of Agricultural Products Based on the View of Ecological Ethics

—Taking Fruit Agricultural Products Brand in Zou District Town as an Example

Qianqian Zhang, Ruixia Wang

College of Art and Design, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Sep. 27th, 2023; accepted: Dec. 11th, 2023; published: Dec. 18th, 2023

Abstract

Objective: Under the background of ecological civilization construction and the theoretical guid-

ance of Chinese traditional ecological ethical outlook, to study the application strategy of ecological ethical outlook in the packaging design of agricultural products cards. Methods: Taking the packaging of agricultural products in Zou District Town as the research object and the traditional Chinese ecological ethical outlook as the theoretical basis, the strategy is explored and analyzed through the literature research method and the field research method, respectively, from the material, modeling and decorative design of agricultural products packaging. At the same time, the excellent cases of ecological product packaging at home and abroad are analyzed, and specific design strategies are obtained. Based on this, we carry out the research and practice of packaging design of agricultural products in Zou District Town. Result: The strategy of applying eco-ethics in the packaging design of agricultural products. Conclusion: The necessity of eco-ethics for the ecological construction of agricultural products brand provides theoretical guidance and direction construction for the future of agricultural products brand packaging design.

Keywords

Agricultural Packaging Design, Eco-Ethical View, Eco-Packaging, Eco-Design

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

党的十八大以来,我国坚定不移推进生态文明建设,把生态文明建设摆在全局工作的突出位置,期间分别提出了“人与自然和谐共生的现代化”“绿水青山就是金山银山”“改善生态环境就是发展生产力等新理念”[1]。加强农村生态文明建设,推动乡村高质量发展,农产品包装设计扮演着重要的角色。我国的包装产业兴起于20世纪80年代,经过40多年的发展,取得了一些成绩,但与国外包装行业相比,仍缺乏核心竞争力。国外许多发达国家多年来一直尝试探索低能耗、轻污染的包装,致力于生态包装更多的方案和选择。虽然近年来中国也在积极探索符合中国国情的低碳发展道路,但是相较于西方发达国家我们在生态包装设计方面仍存在绿色环保意识不足,过度包装现象严重等问题,这对我国包装行业的发展形成了前所未有的挑战。基于现实困境,通过中国传统生态伦理观去探究农产品包装领域,将其融入到农产品包装设计中,促使消费者树立正确的生态消费观,进一步弥补单纯的物质消费意识造成的人文和生态意识的缺失,这对建立健全我国绿色低碳循环发展的经济体系,推进我国农产品包装行业生态、可持续建设的步伐具有重要的现实意义[2]。

2. 生态伦理观与农产品包装的相关研究

2.1. 生态伦理观的由来

我国古人提出了内涵丰富的生态伦理思想,形成了独特的生态伦理观,深入发掘和了解其中内涵,对于我们理解生态农产品包装,进行下一步设计实践具有极强的理论指导意义。

孔子言:“天何言哉?四时行焉,百物生焉,天何言哉?”以“参赞化育”为主旨的儒家生态伦理观强调万物为自然所生,人属于自然,参与自然的演化与发育,与万物在地位上也就彼此平等,而不是高居万物之上。人、物各有其性,人尽人之性,物尽物之性,则人与物“可以赞天地之化育”,换言之,只有“参赞化育”,人与物、物与物才能“并育而不相害,道并行而不相悖”。

佛教的生态思想是建立在“缘起”论上的。所谓“缘起”，是指现象界的一切都是由各种条件和合形成而不是孤立的存在。万物都因关系和条件而生起，万事万物是相互依存，相互联系，互为因果的，万法依因缘而生灭。据此，佛教认为人与万物不能断然分割而单独存在，这就是佛教生态思想的理论基础。《华严经》讲：“一切众生，皆具如来智慧德相。”这种“一切众生，贵贱不足”的世界观同样在其生态伦理观上有所表现，佛教从“众生平等”的基本立场出发，劝导人们以慈悲为怀，尊重生命、敬畏生命，不杀生甚至成为佛教的一条根本重戒。

道教则认为“道”是宇宙的本源与规律，万物皆由此而生，那么万物也就“以道观之，物无贵贱”。人与天地万物也是共生共存的，即“天地与我并生，而万物与我为一”。人类活动应该遵循天地自然运行之道，即所谓“人法地，地法天，天法道，道法自然”。

中国传统文化中的东方生态智慧和人文精神，对我们今天探讨人类发展与自然生存等一系列的问题，具有积极的启示意义。因此，我国目前所提倡的农产品包装生态设计是基于生态伦理观的讲究绿色、环保、低碳的设计，更是具有中华民族本原文化和本原哲学的设计。

2.2. 生态伦理观视角下的生态包装设计

生态伦理观视角下的生态包装设计的内涵体现在以下几个方面：(1) 减量化，指在符合产品功能基础上，尽量用最少的材料，遏制过度包装现象。(2) 再利用，指包装在使用过后还可以用作它用。(3) 回收再循环，指包装废弃物在使用过后经回收处理可被再次利用。设计师应从材料、结构、装潢设计等方面入手遵从以上原则，坚持节约资源和保护环境的目标，使得包装设计提升品牌形象和农产品附加值的同时，也兼顾其生态环保性能。在保证实用性和功能性的前提下，不断探索包装从材料和结构到使用、废弃和再生全流程的持续发展之路。

2.3. 农产品包装设计中引入生态伦理观的迫切性

根据全国科学技术名词审定委员会的解释，“生态伦理观”是人与自然界之间整体协调发展关系的行为准则，是人对自然界应遵守的行为准则。伦理则是规范人类社会生活秩序，调节人与人之间的伦理关系的特有专利。生态伦理作为一种社会意识，从伦理学的视角审视和研究人与自然界的关系来看是一种关于人与自然界关系的伦理。它的基本精神是对于自然的尊重，是对所有有生命的存在物给予道德关怀，从而调节人与自然界的关系[3]。随着现代社会的发展，生态伦理和艺术设计之间对于农业生产活动具有指导性的启示意义。因此，农产品包装设计中引入生态伦理观显得尤为迫切。

我国是全球的农产品贸易大国之一，农产品资源十分丰富，2021年农业增加值约占世界农业增加值的31.1%。农产品贸易越发多元化，农业素质、农产品品质和竞争力不断提升。但在农产品品牌市场中，现阶段大多数的农产品包装设计仍停留在满足基本的产品保护和运输功能等方面的需求，无论是从包装的材料、结构和装饰设计，都与人们倡导的生态绿色包装有差距。总的来说，现阶段我国农产品包装设计仍存在以下问题：

第一，农产品包装材料绿色意识淡薄。国内包装设计领域存在绿色环保意识不足，包装回收利用率低，资源浪费严重等问题，因此引发了设计界对于生态包装、环保材料、低碳工艺等方面的深入研究，致力将生态伦理观融入到农产品包装设计中，以期形成包装全产业链的可持续发展[3]。

第二，农产品包装造型冗繁。在我国，包装过度现象虽饱受诟病，但仍比比皆是，生态的保护与现实的困境之间，形成了犬牙交错的状态[3]。通过锁定消费者心理的面子消费观，给产品披上豪华的外衣，华而不实不仅给消费者增加了额外的成本，也干扰了市场经济的健康秩序发展。必须坚决遏制商品过度包装现象，为加强生态文明建设提供有力支撑。

第三,农产品包装缺少地域特色。在经济全球化的发展的背景下,包装设计形象全球同质化严重,缺少本土地域特色的展现,普遍存在创新能力低、形象陈旧、雷同、辨识度不足等问题。就导致其很难在市场同类品牌中脱颖而出,其品牌核心竞争力也难以增强,不能很好地提升农产品的附加值,抑制了乡村农产品产业的发展。

综上所述,我们应该在农产品包装设计中注入生态伦理观,为探索农产品包装设计应用策略提供宝贵的思想源泉与理论依据,通过对于包装材料、结构、装潢设计的减量和循环再利用,以期能向消费者传递绿色生态消费观,提升农产品附加值,达到农产品包装设计可持续发展,促进乡村产业振兴的初衷[4]。

3. 论生态伦理观在包装设计中的策略体现

3.1. 农产品包装材料的生态伦理观

在农产品包装材料中注入生态伦理观,凸显材料的绿色环保性能。一方面,以材料的绿色原生态为载体,进行设计实践,满足环保要求;另一方面,新型低碳材料的开发和利用也为农产品包装包装设计提供了更多的材料选择,扩展了农产品包装设计的范围,带来更多设计上的可能性。

3.1.1. 包装材料的绿色原生

包装材料的原生态最基本的就是选用资源丰富、易降解的天然材料进行包装,比如原生的藤条、芭蕉叶等。原生态材料最大的特点就是资源丰富、污染小,易降解回收,正所谓“取之以时,用之有节”,是原生态包装材料的内核,也是其本真性的体现。华硕竹韵系列笔记本(见图1),外观材质模具取自竹子,经过蒸煮或烟熏,自然碳化的同时又保留了原始竹子的色彩,兼具环保性和市场前景,拥有着东方历史文化的独特内涵。从冰冷的科技感到有温度的东方风潮,开辟了生态环保的新思维,为努力建设人、机、自然三者和谐共生的现代化发展贡献一份力量。

3.1.2. 包装材料的新型低碳

原生态材料,一方面是指材料直接取自自然,另一方面也包含对于原生态材料的环保再加工,比如生物降解高分子材料。生物降解高分子材料指的是在一定时间和环境下,能够自行被微生物降解,例如霉菌、细菌等。在包装领域,生物降解高分子材料主要包括淀粉、植物纤维素、木质素、甲壳素、果胶、蛋白质等,生物相容性高,无毒无害,成本低。大大丰富了原生态材料的类别,为生态包装材料提供了更多选择。

在台湾省,有一个制作蒲草吸管的环保品牌——玩艸植造(见图2),为了无痛取代消费者使用塑料吸管的习惯,团队与当地村民合作进行蒲草的种植,用以制作环保吸管,不仅提高农民收益,而且让利益最终回归到农民身上,实现生态包装产业的健康、可持续发展。



Figure 1. ASUS bamboo rhythm notebook
图1. 华硕竹韵系列笔记本^①



Figure 2. Dandelion straw packaging
图 2. 蒲公英吸管包装^②

3.2. 农产品包装结构的生态伦理观

在全球污染, 资源浪费的大背景下, 消费者越来越倾向于简约环保而又蕴含人文关怀的包装设计。农产品的包装结构是包装设计的灵魂, 如何将造型减量化, 同时又注入人文关怀在其中, 这是当代设计师要思考和践行的问题。

3.2.1. 包装结构的人性关怀

结构的人性关怀体现了“以人为本”的设计理念。美国设计家普罗斯说过: “人们总以为设计有三维: 美学、技术和经济, 然而, 更重要的是第四维: 人性。”自西方工业革命以后, 设计蓬勃发展, 基于国内设计发展不平衡的背景下, 设计多为商业所服务, 过于重视市场的需求, 从而忽略了消费者对于设计中的人文关怀的需求。例如, 用户情感化寄托, 以人为本的设计理念以及对于环保工艺和绿色材料的多重考量。包装结构的人性化设计以理性化和功能性为前提条件, 在消费对象使用过程中尽可能地体现人性关怀, 从使用对象、使用环境等方面, 考虑到包装细节的方便性和合理性。波兰西红柿系列设计(见图 3), 设计不同的西红柿图案, 累积叠加, 形成堆码结构, 在物流运输中减少缓冲, 保护产品。同时, 巨大的番茄图案也极富视觉吸引力, 通过图形和原生色彩的表现加强产品传播的信息, 引发消费者兴趣, 促进购买。



Figure 3. Polish tomato packaging
图 3. 波兰西红柿包装^③

3.2.2. 包装造型的简约环保

《论语·雍也篇》中讲: “质胜文则野, 文胜质则史。文质彬彬, 然后君子。”[5]意为质朴胜过文采就显得粗俗; 文采多于质朴则显得轻浮。质朴和文采结合得当, 才成为君子。结合现代包装“大道至简, 实干为要”的原则, 在包装的造型上, 要遵循简洁、简约的审美思想, 去除美观但是不利于回收、有安全隐患的装饰。包装造型的简约性并不代表单纯地减量化, 也要兼顾功能性和艺术性, 增加设计的

人文关怀在其中,这样才能真正的达到减量设计的初衷。德国工业设计师迪特拉姆斯曾提出好的设计应具备的十项原则,其中一条就是好的设计一定是极简的,是环保的。

泰国 Yod Corporation 设计公司设计的柚子包装(见图 4)就是对这一原则的极佳诠释,他们选用了当地一种水生植物简单处理后,编织为柚子包装,整体结实耐用,大方质朴,不仅可以缓冲柚子在运输过程中的碰撞,保护柚子,半镂空的设计还可以让消费者直观的了解柚子的品相,信息简洁明了,在减少环境污染的同时又向消费者传达了生态理念,可谓是当代设计师学习思考的范本。



Figure 4. Thai pomelo packaging

图 4. 泰国柚子包装^④

3.3. 农产品包装设计的生态伦理观

简约是农产品包装的必备条件,原生态的农产品包装设计应该倡导“中和”的审美思想,在包装的图形、文字设计方面应倡导简约、质朴、原生的设计原则。力求“素雅”,表现自然原生的含蓄和拙感,力求使包装回归到自然、有序的状态,做到“中和”之美[6]。

3.3.1. 图形设计的情感传达

包装图形被认为是一种体现内涵观念与情感的视觉语言[7],在生态伦理观视角下,图形设计需要融入更多的简约、质朴和原生的设计原则,设计方法可以分为三类:第一,应物象形。在包装设计中,提取设计原型的原生形态进行仿生设计,形成具有视觉表现力的设计元素。它们源于自然,最能表现原生态的美感。第二,随类赋彩。在装潢设计着色时,要依据物象的本色,突出农产品原生态的拙感,弱化人为设计的干预,传达产品本身的原生力量。第三,气韵生动。在设计之初,首先要挖掘物象的内在精神,探寻这类农产品给人的普遍心理感受和印象,然后具体到其产地、种植过程、人文背景和历史底蕴,在此基础上找寻最能表达其特质和气韵的包装形式和材质。

云南褚橙的产品包装设计(见图 5),去除了箱外层包装膜,降低成本且减少污染。借用木刻版画的表现形式,融入地域文化,传承褚老情怀精神,赋予产品包装生态精神和情感因素,区别同类竞品,提升产品的市场竞争力。



Figure 5. Yunnan Chu orange product packaging design

图 5. 云南褚橙的产品包装设计^⑤

3.3.2. 字体设计的人文内涵

古代对造字法有“六书”的提法,即象形、指事、会意、形声、转注、假借。字体设计如何在表音同时又兼具情感的表达,这就要求设计师从文字的赋色、笔画和结构等方面进行研究和设计,挖掘其深厚的人文内涵,使其更好的去传达生态设计理念。首先,在选择主体字体设计时融入自然生态元素,附加自然本色。其次在设计的同时要考虑文字笔画的可识别性,保证信息传达准确。最后,出于审美角度,将文字的信息进行主次排布,减少赘余信息,在不影响传达的基础上,保证信息的极简,减少油墨印刷量,增加整体包装的生态环保[6]。

Kasemrad 是泰国一家生产中含有天然维生素的品牌。在设计产品矿泉水包装时(见图 6),将水面的波浪纹路提取进行仿生设计,通过带有溪流波纹的瓶形,让消费者购买的同时能够感受到水源地的那一汪清水,引发消费者对于自然生态环境的情感共鸣。同时,代表“维生素矿泉水”的缩写词“VMW”运用了中国传统的“象形”造字法,模仿水波纹,彰显品牌理念的人文内涵。



Figure 6. Thailand mineral water packaging design

图 6. 泰国矿泉水包装设计[®]

4. 生态伦理观在包装设计中实践

4.1. 邹区镇概况与地域文化资源发掘

邹区镇隶属于常州市钟楼区,由原来的邹区、礼河、卜弋,泰村 4 个乡镇合并而成。位于长江三角洲苏锡常经济圈的太湖之滨[8],属亚热带季风气候,水系发达,拥有大范围的永久基本农田,是典型的鱼米之乡。邹区镇的产业主要由农业和第三产业构成。

通过文献研究法和实地调研法,笔者对于邹区镇的地域文化资源进行整理归纳,如表 1 所示。

Table 1. Geographical resources survey in Zou District Town

表 1. 邹区镇地域资源调查

	地方形态	民俗民艺	本土农作	工艺传承
有形	平原,水系发达	锡剧、龙泉印泥、常州虎头鞋	蔬菜、林果、花卉苗木	松元猪头肉、小杏鱼丸、水芹
无形	亚热带季风气候	戏曲、非遗工艺	农耕文化	美食制作工艺

4.2. “邹区有礼”农产品品牌包装设计实践

通过前期对于邹区镇人文资源、自然资源和农产品包装现状的调查和分析,笔者对于“邹区有礼”农产品品牌包装设计方案分别从包装材料、结构与造型、图形与文字三方面进行探索与实践。

4.2.1. 生态材料的绿色生态化

“邹区有礼”品牌外包装(见图 7)将销售包装和物流包装合二为一,在外包装材料的选择与应用中,

注重材料的在地性和工艺的环保性。整体采用竹丝篾片进行粗编, 取之自然, 用之自然, 成本低、材料易得。其返璞归真的生命力和生态环保性能, 引发消费者的乡村情感共鸣, 提高了生态教育意识的传播声量。外包装除去贴纸以外, 再无其他装饰, 保持材料的原生态, 给人喜庆、朴实的感觉, 符合“邹区有礼”的品牌主题。



Figure 7. “Zou District Has the Gift” packaging schematic
图 7. “邹区有礼”外包装示意图[®]

4.2.2. 造型结构的轻量型环保

基于中国传统生态伦理观的指导下, 此次“邹区有礼”品牌包装设计并没有完全追求原始材料或者新型化材料。而是致力于挖掘普通材料蕴含的轻量 and 环保性能, 在结构上做减量化设计, 以规则几何造型为主。如图 8 所示的两个包装, 左边的包装采用可循环利用的纸质包装材料, 选用插口式盒型, 减少粘合剂、缓冲泡沫等包装辅料的使用, 适合轻量化产品, 符合水果果茶的实用性需求。右边的包装选用高品质的塑料包装, 具有高阻隔性、遮光、防潮等特点, 这种包装方式成本低, 重量轻, 方便回收再利用, 符合果干此类产品的功能需求, 既减少了物流运输费用, 又达到了销售包装的美观和陈列展示的需求。



Figure 8. “Zou District Has the Gift” packaging schematic
图 8. “邹区有礼”包装示意图[®]

4.2.3. 视觉元素的在地性表达

笔者根据上述设计策略, 依托于历史文化和工艺传承等方面, 选择对邹区镇的水果资源进行农产品牌系列包装设计, 形成“邹区有礼”农产品牌。打造“从田边到身边”的品牌理念, 创作了每日果茶、每日果干等系列包装。包装设计整体呈现了年轻化、简约的设计, 选用农产品的原真性色彩, 更加贴近产品本身, 辨识度强, 设计方案如下所示(见图 9)。

在工艺传承方面, 从源于两汉时期的艺术——汉画雕刻屏的形制中提取具有代表性的字体特征, 形

成轮廓残破、古拙曲线感的字体。提取设计对象的本色进行着色, 从而运用到农产品包装设计层面, 形成具有在地性、差异化的农产品包装设计。

在历史文化层面, 通过文献研究和实地调研, 选取中式传统窗棂纹样和农产品原生特点进行元素提取组合, 其中从本土农作中选取四类果蔬的形象进行插画再设计。针对代表的产品赋予美好寓意, 形成桃运连连、人间梨想、大橘大利、喜上莓梢四个系列, 以“四季有时, 人间百味”为主题, 从四季与四味介入, 转化为视觉符号进行插画图像和文字相组合的设计形式。



Figure 9. “Zou District Has the Gift” packaging schematic
图9. “邹区有礼”包装示意图^⑨

4.4. 结论

在生态伦理观的映射下, 探索农产品包装的低碳环保之路变得越发重要。一方面, 为寻求理论支撑, 从中国传统的儒家、佛家、道家等传统生态观中介入剖析, 同时结合现代的可持续发展观、生态伦理观, 做到古今融合, 介入到农产品包装设计中, 为其带来更深层次的设计思考。另一方面, 从生态伦理观的角度去建构生态农产品包装的系统性的策略, 以农产品包装为媒介, 传播生态伦理观念和地域文化, 有效提升农产品的附加值, 促使消费者树立正确的生态消费观。在不远的将来, 如何从卖产品转移到卖生态, 以生态伦理观念推动乡村振兴工作的实施和发展, 这也有待进一步探索和践行。

致 谢

行文至此落笔中, 感激之意, 穷千词而不能绘其一。在此, 特别感谢我的导师汪瑞霞教授给予的指导和帮助, 人生之幸, 遇此良师。同时也衷心感谢给予转载和引用权的资料、图片、文献、研究思想和设想的所有者。“追风赶月莫停留, 平芜尽处是春山。”愿我们的前路漫漫亦灿灿。

基金项目

本论文为江苏高校哲学社会科学研究重大项目(2019SJZDA023); 江苏高校文化创意协同创新中心第三期建设资助课题(XYN2202)之阶段性研究成果。

注 释

- ①图1来源: 网页引用, <https://nb.zol.com.cn/118/1182593.html>
- ②图2来源: 网页引用, <https://zhuanlan.zhihu.com/p/400701703>
- ③图3来源: 网页引用, <https://www.baozhuangren.com/thread-831-1-1.html>
- ④图4来源: 网页引用, <https://huaban.com/pins/127556334>
- ⑤图5来源: 网页引用, <https://www.163.com/dy/article/C4KEHHPG0521AVOV.html>
- ⑥图6来源: 网页引用, https://www.gtn9.com/work_show.aspx?ID=29A18CF4A56846B5
- ⑦图7来源: 自绘

⑧图 8 来源: 自绘

⑨图 9 来源: 自绘

参考文献

- [1] 曹孟勤. 我国生态文明建设走向世界的叙事方式的哲学思考[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2022(5): 105-113+171.
- [2] 薛峰. 基于生态理念下的农产品包装设计研究[J]. 中国果树, 2023(4): 149.
- [3] 刘文良. 绿色与安全: 生态包装设计论[M]. 南京: 江苏凤凰美术出版社, 2018: 38.
- [4] 曹孟勤. 生态伦理哲学基础的反思[D]: [博士学位论文]. 北京: 清华大学, 2004.
- [5] 孔子弟子及再传弟子. 论语·雍也篇[M]. 北京: 中华书局, 2016.
- [6] 李丽欣. 基于生态理念的农产品包装设计研究[D]: [硕士学位论文]. 秦皇岛: 燕山大学, 2017.
- [7] 刘春雷, 汪兰川. 包装图形设计[M]. 北京: 印刷工业出版社, 2010: 4-27.
- [8] 尤展, 包咏菲, 孙秋香. 守护“舌尖上的安全”——来自常州市钟楼区邹区镇的观察[J]. 群众, 2016(6): 67-68.